GERESO
ÉDITION

L'art de conclure une vente avec la PNL

Collection « Développement personnel et professionnel »

L'art de conclure une vente avec la PNL

Édition 2009

Ouvrage conçu et réalisé sous la direction de Catherine FOURMOND

Auteurs :
Catherine AYMARD et Jean LAPLANTE

Suivi éditorial : GERESO Édition
Conception graphique et maquette intérieure : OKAPARKA - Le Mans - France
Photo de couverture : © Yuri Arcurs / Fotolia.com

© GERESO Édition 2009

26 rue Xavier Bichat - 72018 Le Mans Cedex 2 - France
Tél. 02 43 23 03 53
Fax 02 43 28 40 67

www.gereso.com/edition
e-mail : edition@gereso.fr

Reproduction, traduction, adaptation interdites
Tous droits réservés pour tous pays
Loi du 11 mars 1957

Dépôt légal : septembre 2009
ISBN : 978-2-915530-63-6
EAN 13 : 9782915530636
ISSN : 2101-1087

GERESO SAS au capital de 160 640 euros - RCS B 311 975 577
Siège social : 28 rue Xavier Bichat - 72018 Le Mans Cedex 2 - France

Dans la même collection

- **LES SAISONS DE LA VITALITÉ**
  L'été
  Par Danielle LAROCQUE

- **CALCULEZ VOTRE QUOTIENT D'INTELLIGENCE RELATIONNELLE**
  et développez votre potentiel
  Par Fabrice LACOMBE

www.librairie-gereso.com

GERESO
LIBRAIRIE

« Vivre c'est vendre. Parce que vendre c'est vivre intensément. Nous sommes tous des vendeurs, car nous passons notre temps à vendre quelque chose : à nous-mêmes d'abord, à nos proches, à nos clients. Vendre c'est communiquer, respecter et aider l'autre »

JEAN-MARC CHAPUT, Vivre c'est vendre

Avant-propos

L'ouvrage que vous avez entre les mains n'est pas un manuel de vente. Ce que nous vous proposons plutôt est une aventure au pays de l'excellence dans la vente...

Ayant tous deux travaillé antérieurement dans le domaine de la vente, nous admirons ces vendeurs qui ont la touche magique et pour qui tout leur sourit. Vous savez, ceux qui peuvent vendre des réfrigérateurs à des Esquimaux ! Comme deux explorateurs avides de grands espaces à découvrir, nous voulions percer le secret du succès des vendeurs qui concluent à tout coup une vente.

Pour ce faire, nous avons réalisé une série d'entrevues avec ces prestidigitateurs de la vente pour mettre au jour cette touche magique qu'est l'art de conclure une vente. Dans ce livre, nous vous partageons le fruit de notre découverte... la qualité d'être de gens authentiques, intègres et fascinants.

En fait, s'intéresser à l'art de conclure une vente c'est d'une part aborder le processus de vente dans une perspective relationnelle, où le regard est porté sur la dynamique du rapport* entre un vendeur et un client potentiel. C'est d'autre part se questionner pour comprendre les processus internes du vendeur ; de quelle façon un vendeur d'excellence se distingue-t-il quant à son savoir-faire et son savoir-être ?

Cette exploration des compétences multiples et de la qualité d'être s'effectuera à la lumière de la programmation neuro-linguistique (PNL), qui est une approche générative du changement.

* Une définition des termes suivis d'un astérisque est proposée dans le glossaire en fin d'ouvrage. L'astérisque n'est présent qu'à la première occurrence de ces termes.

L'art de conclure une vente

Vous trouverez dans ce livre ce qui est commun à ces modèles* d'excellence dans l'art de conclure une vente afin que vous puissiez en tirer les enseignements qui s'imposent.

Cet ouvrage vous invite à une démarche exploratoire d'une nouvelle approche de causes à effets entre vos croyances* et les résultats sur le terrain. L'idée est de développer une façon de penser et de ressentir qui supportera les connaissances pratiques que vous aurez acquises à la lecture de ce livre.

Au-delà des techniques qui seront exposées dans cet ouvrage, la modélisation* de ces professionnels donne accès à l'esprit du vendeur d'excellence et permet d'acquérir les qualités d'être qui sous-tendent l'habileté de ces individus dans l'art de conclure une vente. Car l'utilité de la modélisation en PNL est de pouvoir effectuer le transfert de ces habiletés d'excellence.

Lors de coachings avec des clients qui voulaient s'améliorer dans l'art de conclure une vente, nous avons vu à quel point leur critère* de réussite, leur état émotif et leurs stratégies* différaient souvent grandement de ceux de nos modèles. Grâce au transfert des habiletés d'excellence de ces modèles à nos clients, ils ont acquis un nouvel état d'esprit les propulsant sur la voie de la réussite.

En plus du modèle d'excellence qui y est présenté, ce livre vous permettra d'intégrer concrètement à votre boîte à outils de professionnel des techniques éprouvées de la PNL, illustrées d'exemples tirés du vécu de nos modèles, d'exercices et de questionnaires contextualisés qui vous permettront de les découvrir et de les assimiler par vous-même.

Ce livre peut donc vous être utile de plusieurs façons. Si vous désirez choisir et créer la vie professionnelle et personnelle que vous voulez pour vous-même, en devenir pleinement l'auteur et l'acteur, alors sans plus tarder entrez dans le monde de l'excellence que vous propose cet ouvrage.

Introduction
Qu'est-ce que l'art de conclure une vente avec les outils de la PNL ?

Si vous êtes, comme nous, avide de connaître le secret du succès des vendeurs de carrière, alors la lecture de cet ouvrage réalisé dans l'esprit de la programmation neuro-linguistique (PNL) vous sera profitable. La PNL se présente comme le mode d'emploi du cerveau et un modèle de communication efficace.

Aujourd'hui largement répandue dans le milieu des affaires, le sport de haut niveau, dans les soins de santé et le monde de l'éducation, la PNL fournit différentes techniques pour mieux se connaître, communiquer et négocier, apprendre et évoluer, diriger et se diriger ; autant de processus et d'apprentissages que chacun de nous peut intégrer grâce à la pratique de la PNL, véritable « mode d'emploi » du cerveau.

Elle s'articule à partir de trois composantes qui organisent l'expérience humaine subjective.

Programmation : toute l'expérience de vie depuis la naissance sert de point de référence pour construire un modèle du monde, des stratégies qui sont des programmes de fonctionnement pour penser, interpréter, analyser, ressentir et s'adapter à sa carte du monde*. Ces programmes varient selon les circonstances et les personnes et deviennent des automatismes exécutés par l'inconscient.

Neuro : la capacité de programmer repose sur l'activité neurologique et sensorielle. L'expérience humaine s'organise à partir de nos interfaces entre le monde extérieur et de notre cybernétique cérébrale interne, soit les perceptions (la vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat, le goût).

Linguistique : les schémas du langage verbal et non verbal reflètent la façon d'organiser en surface l'interprétation de notre expérience subjective* profonde.

La PNL est un processus éducatif d'apprentissage

« … Quand nous avons mis au point l'expression programmation neuro-linguistique, beaucoup nous ont dit : ça fait un peu contrôle du cerveau, comme si c'était mal. J'ai répondu : oui, bien sûr, si vous ne commencez pas à contrôler et à utiliser votre propre cerveau, vous laisserez le hasard décider pour vous… En fait, nous mettons au point des moyens d'apprendre aux gens à utiliser leur cerveau »

RICHARD BANDLER, cofondateur de la PNL

Apprendre à utiliser son cerveau signifie apprendre des stratégies efficaces dans différents contextes de vie pour obtenir des résultats concrets et prévisibles vers l'atteinte de ses objectifs*. C'est aussi prendre conscience de notre être en interaction avec son environnement*, tenir compte des comportements* et capacités* que nous démontrons, ainsi que des croyances et des valeurs qui nous guident.

La PNL s'est donc intéressée à étudier, à mettre au jour les savoir-être et savoir-faire des personnes ayant du succès dans un domaine particulier en tirant profit de leurs compétences. La réussite n'est pas le fruit du hasard, mais elle est le résultat d'actions posées rigoureusement et soutenues par une détermination infaillible.

C'est pourquoi selon John Grinder, un des cofondateurs de la PNL, ***« la PNL est une modélisation de l'excellence »***.

L'objectif de la PNL est de créer des modèles d'excellence du comportement humain. Par une analyse rigoureuse, elle cherche à mettre en valeur l'expérience humaine efficace pour la reproduire, c'est-à-dire de modéliser des comportements et les processus cognitifs qui les sous-tendent.

La modélisation consiste à découvrir comment le cerveau (neuro) opère en analysant les schémas du langage verbal et non verbal (linguistique)

comme références. Les résultats de cette analyse sont ensuite exprimés en stratégies ou programmes organisés étape par étape (programmation), et que l'on peut utiliser pour transférer la compétence à d'autres personnes.

La modélisation, alors, est le processus d'identifier et de décrire de façon utile les *patterns** qui font partie d'une habileté. Une fois que nous connaissons ces *patterns*, nous pouvons nous les approprier et commencer à manifester concrètement cette habileté.

Modéliser l'excellence c'est ouvrir les portes de la réussite. Et la réussite dans la vente n'est-ce pas l'art de la conclure ? Modéliser des vendeurs d'excellence dans cette étape précise de la démarche de la vente, c'est avoir pleinement accès à ce savoir-faire et savoir-être convoités pour la conclure à tout coup.

La modélisation générative de vendeurs efficaces, effectuée selon la méthodologie de David Gordon et Graham Dawes vous offre une vue d'ensemble des croyances, émotions* et stratégies essentielles pour exceller dans votre domaine.

Dites-vous que non seulement elle vous permettra de connaître et de reproduire des stratégies d'excellence, mais également qu'elle vous permettra de fonctionner au meilleur de vos compétences et de donner le meilleur de vous-même. En effet, elle vous inspirera le choix d'émotions et de croyances qui changera vos comportements et vos habitudes limitatives, surmultipliant de ce fait vos résultats.

Comme le souligne David Gordon, *« de la même façon dont une carte routière ne décrit pas les lampadaires au bord de la route, un modèle en PNL ne décrit pas tout ce qu'il y a à savoir au sujet d'une habileté »*. Ainsi, le modèle que nous avons créé vous décrit seulement ce qui est essentiel à cette habileté de façon à rendre ce modèle utile et assimilable, *« vous permettant ainsi de remarquer et de réagir à des choses qui étaient auparavant invisibles pour vous »*.

Le contenu de ce livre

Dans la première partie vous apprendrez ce qui fait le savoir-être d'un bon vendeur, à partir d'exemples tirés de nos entrevues. Nous y décrivons son modèle du monde et son état d'esprit : les croyances, les émotions, les conditions gagnantes et les motivations* qui mènent à sa réussite. Vous aurez ainsi l'occasion d'enrichir et d'intégrer vos connaissances, car nous vous y présentons une méthode de *self-coaching* pour transférer les habiletés dans votre propre carte du monde et divers questionnaires et exercices pratiques pour acquérir la structure profonde de l'excellence dans la vente.

En deuxième partie, nous vous offrons une boîte à outils PNL où vous pourrez apprendre des techniques simples pour vous sentir soutenu et bien outillé pour mieux communiquer. Cette partie est aussi consacrée à la structure de surface de l'excellence, soit le savoir-faire, où nous ferons la lumière sur les stratégies de réussite qui sont le liant de tout ce que vous aurez appris dans la première partie.

Ainsi au fil des pages, nous vous décrirons, pas à pas, la démarche à suivre pour élargir vos horizons afin qu'émergent en vous une vision de réussite et le goût de passer à l'action *maintenant* ! Et puis, dites-vous bien que chaque petit pas vous amène sans l'ombre d'un doute vers la réalisation de votre rêve...

Comment lire ce livre

Cet ouvrage vous présente notre modèle suivant la dynamique des systèmes que nous avons mise au jour chez nos modèles durant nos entrevues avec eux. Il est important de lire la première partie de ce livre du début à la fin, car il y a un lien de cause à effet entre les différents chapitres qui les relient entre eux.

En PNL, l'attitude est primordiale.

Concentrez-vous sur ce que vous voulez, et non sur ce que vous ne voulez pas. Les résultats positifs ne se feront pas attendre avec cette attitude. La curiosité vous ouvrira la porte à de grandes découvertes. Acceptez de ne

pas avoir toutes les réponses. La confusion est salutaire ! La confusion est le passage de l'incompétence inconsciente à l'incompétence consciente, qui mène alors à la compréhension et la compétence consciente. Accueillez la confusion comme le signal que vous êtes en train de changer.

La façon la plus rapide de faire sienne l'expérience de nos modèles est de s'associer à l'expérience interne de nos modèles telle qu'elle est décrite dans la première partie. Nous suggérons la technique simple du *step-in** lors de votre lecture de la première partie pour en tirer un maximum de bénéfices, ce qui vous facilitera grandement les exercices d'acquisition. Le *step-in*, c'est que pour chaque nouvel élément à votre modèle du monde que vous découvrirez, demandez-vous : « Est-ce qu'ajuster mon expérience à celle de ce modèle me permet un peu plus d'être en mesure de manifester cette habileté ? ».

Pour ce faire, vous devez vous associer* à cette expérience, en imaginant ce que vous entendriez, verriez, ressentiriez si vous étiez à la place du vendeur modélisé dans ce contexte, *comme si** vous possédiez déjà ces qualités. Cette façon de faire est ce que nous appelons du *step-in*. Tentez de ne pas analyser intellectuellement cette expérience et de vraiment la **vivre**.

Ce processus vous permettra d'identifier tôt dans votre démarche ce qui fonctionne déjà bien pour vous et ce qui vous sera utile d'acquérir pour manifester pleinement l'habileté. La prise de notes durant votre lecture vous sera très utile ultérieurement dans votre parcours d'exploration et de découverte.

« Une fois élargi, un esprit ne peut jamais revenir à sa condition initiale »

OLIVER WENDELL

Chapitre 4

Le vendeur « écolo »

Voici venu le moment de vous transmettre le savoir-faire de nos vendeurs d'excellence. À partir de ce point, aucun détail de cet ouvrage ne peut être écarté. Le succès de votre changement en dépend. Une telle transmission est un peu comme un copier-coller en informatique. Cependant, comme vos croyances, critères, valeurs, stratégies et expériences de référence résident dans des dossiers différents, nous allons faire les copier-coller dossier par dossier, pour vous éviter une surcharge de nouvelles données. Le faire d'un coup risquerait de toute manière de planter l'ordinateur (créer de la confusion dans votre esprit).

Donc, nous procéderons par étape, de façon intelligible et dans un ordre qui est essentiel pour diriger en douceur votre inconscient sans provoquer de résistances de sa part. Immanquablement, cette façon de procéder est tout à votre avantage, car vous pourrez intégrer vos nouveaux savoir-faire et savoir-être à votre rythme.

Respecter sa propre écologie*

À l'instar des organes du corps humain, aucun élément du modèle de nos vendeurs n'est plus important qu'un autre. Dans son livre sur la modélisation, David Gordon affirme qu'une compétence ne réside pas dans un seul élément de l'expérience, mais dans le jeu et l'interaction entre toutes les parties de cette expérience. De la même façon dont un entrepreneur construit une maison, nous commencerons par la fondation, les murs, puis le toit. À travers nos expérimentations, nous avons trouvé que cette séquence supporte naturellement l'acquisition de l'habileté. Nous vous entretiendrons d'abord dans ce chapitre d'écologie interne. Cette étape ainsi que la suivante sont des préalables à la bonne marche du transfert.

Tout le monde s'entend que les systèmes naturels tels que les forêts ou les océans établissent leur propre écologie ; ils établissent des ensembles d'action et de réaction qui leur sont propres. Ces systèmes d'action-réaction servent à maintenir leur équilibre. Tous reconnaissent aussi qu'introduire un élément étranger dans ces systèmes peut altérer gravement leur équilibre.

Or, chacun de nous possède aussi notre propre écologie. L'écologie est le système interne de la personne qui est responsable de son équilibre en préservant les gains secondaires. Les comportements, attitudes, habiletés et croyances sont divers aspects de votre écologie, et un élément étranger injecté dans ce système peut altérer le centre de gravité de votre écologie personnelle. Pensez à un moment où vous avez changé d'emploi, ou que vous avez emménagé chez votre conjoint. Vous avez sans doute dû vous adapter à un nouvel horaire, une nouvelle façon de faire, un nouvel itinéraire, etc.

Pour parfaire votre habileté à conclure une vente, vous devez vous interroger sur l'impact que pourra avoir ce talent dans votre vie. En effet, développer de nouvelles façons de faire implique nécessairement de modifier votre façon de penser et de vous comporter, car certainement vous avez vos propres habitudes de vente confortables. Certains changements que nous proposons pourraient aller à l'encontre de votre écologie. Il est important pour vous avant de poursuivre votre lecture, de s'assurer de vouloir vivre ces changements et d'être prêt à suivre la démarche proposée comme un explorateur à la découverte d'un nouveau territoire.

Exercice : Identifier une croyance limitative

Instructions

Avec votre carnet de notes ou votre journal personnel, à un moment propice de la journée, dans un endroit paisible qui vous inspire où vous ne serez pas importuné, prenez une dizaine de minutes pour vous-même, posez-vous la question suivante :

Y a-t-il une partie de vous qui s'objecterait à ce que vous soyez plus habile ou talentueux à conclure une vente ?

Prenez le temps de laisser monter en vous les sensations, soyez à l'écoute de votre discours interne, soyez à l'affût des images qui se présentent sur votre écran mental. Écrivez la réponse dans votre carnet de notes ou votre journal personnel. Si vous avez répondu très catégoriquement « non », sans justification quelconque, passez au chapitre suivant.

Des réponses telles que « Non, mais si seulement j'avais un bon produit », ou « Oui, je dois me trouver des clients pour mon service d'orientation, mais vendre fait trop business, trop argent », « Oui, j'ai peur de déranger », « Oui, je n'aime pas entrer dans l'intimité d'étrangers », « Oui, je n'aime pas avoir à convaincre les gens de l'utilité de mes services », « Non, mais je n'aime pas la pression de vendre », « Oui, je ne veux pas imposer quelque chose aux gens », « Oui, j'ai l'impression de voler les gens ». Ces réponses sont toutes des exemples de croyances limitatives. Si vous croyez subir une croyance semblable ou autre que celles mentionnées ci-dessus, le prochain exercice est pour vous.

Les croyances limitatives

Un conflit intérieur entre deux tendances opposées, comme croire que devenir un excellent vendeur est utile et avoir l'impression de voler les gens est souvent dû à un conflit de croyances qui ne semblent pas s'accorder ou correspondre à vos valeurs. Les deux croyances ont de l'importance pour vous, mais vous ne croyez pas qu'il soit possible de les concilier, car vous ne disposez pas d'une vision où ces deux croyances peuvent cohabiter en harmonie.

Un conflit intérieur se produit, quand votre raison s'oppose aux besoins de votre inconscient. Ces deux parties font la guerre en vous et sabotent toute tentative d'accomplir un objectif qui vous tient à cœur. Par exemple, pensez à une personne qui veut ardemment arrêter de fumer, car elle sait que la cigarette affecte sa santé, mais qui se désole de ne pas en être capable. Cette personne ne peut arrêter parce qu'inconsciemment, fumer répond à son besoin de relaxation par exemple. Si vous vous entendez dire quelque chose comme « une partie de moi veut ceci, mais une autre ne veut pas, car... », vous pouvez être certain qu'un conflit interne a éclaté en vous. Votre objectif n'est pas en phase avec vos croyances ou vos valeurs. Ces combats intérieurs vous rendent la vie pénible, voire impossible. Toutefois, soyez rassuré, car vous pouvez toujours agir en médiateur pour régler vos ambivalences.

Exemples de croyances limitatives de vendeurs : vendre c'est quêter. Vendre c'est convaincre. Il faut se battre avec le client. Ce genre de client est difficile. Il faut influencer le client. Je dérange le client, je m'impose à lui. Le succès d'une vente dépend de mon produit. Je n'ai pas un bon territoire.

Un des présupposés* majeurs de la PNL est que **tout comportement a une intention positive**. Pour revenir à l'exemple du fumeur, l'intention positive de fumer peut être de se détendre. Dans ce cas comme dans bien d'autres, la solution choisie pour satisfaire l'intention positive n'est pas très écologique ou efficace. Une solution plus efficiente consiste à identifier le besoin réel et à le satisfaire de façon plus avantageuse. La partie inconsciente a toujours de bonnes raisons pour adopter et maintenir un comportement ou une croyance qui vous afflige, mais ce n'est pas facile de les comprendre logiquement. Cependant, une fois ces raisons identifiées et acceptées, vous pouvez mettre fin à ce conflit en réconciliant ces deux parties.

Exercice : Intégrez vos polarités

Cet exercice vise à trouver l'intention positive de chaque partie et de les intégrer une à l'autre de façon à ce qu'elles puissent œuvrer ensemble pour l'atteinte de votre objectif.

Instructions

1. Prenez le temps de lire attentivement et d'apprendre cette technique afin de pouvoir vous l'administrer à vous-même facilement.

2. Si ce n'est pas déjà fait, asseyez-vous confortablement à un moment propice de la journée dans un endroit paisible où vous ne serez pas importuné, baissez les lumières, éteignez les téléphones, la télévision et la radio, et si le cœur vous en dit, allumez une chandelle et mettez de la musique douce si cela vous aide à vous internaliser.

3. Identifiez dans votre carnet de notes ou votre journal personnel à l'aide de l'exercice précédent deux croyances qui s'opposent, une limitative et qui vous empêche d'atteindre vos objectifs de vente, l'autre étant l'objectif aidant de vous perfectionner. S'il y en a plusieurs, répétez cet exercice pour chacune. Par exemple, *« Je veux devenir un excellent vendeur, mais j'ai l'impression qu'utiliser des techniques de ventes efficaces fait de moi un voleur, un manipulateur ou un menteur »*.

4. Pour faciliter cet exercice, nommez les deux parties en opposition comme des entités distinctes. Pour l'exemple précédent, vous pourriez appeler la partie qui détient l'objectif de devenir un meilleur vendeur *« la partie de moi responsable de mon succès »* et la partie qui croit que vendre c'est mentir *« la partie de moi responsable de l'honnêteté »*.

5. Demandez à la partie posant un problème de se manifester à travers une de vos mains, et de s'y placer.

6. Personnifiez cette partie en la décrivant. Quel est son âge ? À quel moment est-elle entrée dans votre vie ? Quelles sont ses caractéristiques ? Comment s'est-elle manifestée dans différentes périodes de votre vie ? Quels sont les ressources et les apprentissages qu'elle vous a permis de faire ? Étudiez les sons, les images et les sensations qu'elle dégage.

7. Placez cette main sur votre épaule et refaites le même processus pour la partie aidante représentant votre objectif avec l'autre main.

8. Vous pouvez maintenant prendre un moment de repos et baisser les bras si vous le désirez, puis remettez les mains sur vos épaules.

9. Regardez la main sur laquelle est la première polarité et demandez-vous quelle est son intention positive ? Est-ce que j'apprécie cette partie à sa juste valeur ? Si j'en étais privé,

qu'est-ce qui arriverait dans ma vie ? Prenez conscience que cette partie vous veut du bien.

10. Placez cette main sur votre épaule et refaites le même processus pour la partie aidante représentant votre objectif avec l'autre main.

11. Répétez les points n° 9 et 10 jusqu'à ce que la réponse des deux parties ait la même intention. Par exemple, *« je veux rendre le monde meilleur »*, *« je veux réussir de façon intègre »*, etc.

12. Demandez à chaque partie les ressources dont elle dispose que l'autre partie trouverait utile dans l'atteinte de leur objectif positif commun. Par exemple, l'une pourrait avoir beaucoup de motivation et l'autre est altruiste.

13. Peut-être ces deux parties ont des choses à se pardonner. Alors, pour chacune de ces parties, regardez la main qui la représente et demandez-lui *« Cette partie a-t-elle des choses à te pardonner ? Demande-lui de te pardonner pour toutes les fois où tu ne l'as pas appréciée ou tu as voulu t'en débarrasser. Accepte son pardon. Et toi, as-tu des choses à lui pardonner ? Pardonne-lui »*. Recommencez avec l'autre main.

14. Placez vos deux mains devant vous et regardez l'une et l'autre de ces polarités, appréciez leur individualité, leurs richesses et leurs ressources. Puis, tout doucement, quand vous serez prêt, rapprochez et joignez les mains ensemble devant votre cœur, et peu à peu, en fermant les yeux, accueillez ce qui se passe en vous sans chercher à en comprendre la signification, laissant ces deux parties s'intégrer complètement en vous avec leurs ressources. Permettez à ces deux parties de se rencontrer dans le respect pour qu'elles se comprennent et collaborent pour l'atteinte de vos objectifs, de façon écologique pour vous et pour elles-mêmes.

« Communiquer suppose aussi des silences, non pour se taire, mais pour laisser un espace à la rencontre des mots »

JACQUES SALOMÉ

Chapitre 4

Communiquer efficacement : créer le rapport

Au chapitre des émotions, nous avons vu que le vendeur d'expérience possède le talent de bien gérer les rapports humains. Examinons dans ce chapitre, comment entrer en contact avec une personne de façon efficace et faire en sorte qu'elle se sente à l'aise. Voici ce que nous dit un de nos modèles à propos de l'importance de créer le rapport pour être sur la même longueur d'onde que l'autre afin de communiquer efficacement lors d'une vente.

On dit au Québec qu'on fait des affaires avec des « chums »... ça veut dire faire affaire avec quelqu'un qu'on connaît bien. Si vous ne me connaissez pas, vous ne faites pas affaire avec moi. L'interlocuteur reconnaît l'ami en moi si la synchronisation se fait très bien. C'est important de prendre son temps, car c'est à partir de ce moment que la confiance s'installe. Par exemple, pour un placement de capital, la cliente parle davantage de son argent à placer, soit les 475 000 euros restants et non pas seulement les 25 000 euros pour lesquels mon service est sollicité.

Bien communiquer est avant tout créer le rapport. Le rapport c'est instaurer un climat de confiance avec son interlocuteur, une sensation de connexion avec l'autre, un état d'empathie, un sentiment de mutualité, une sensation de confiance créée en dirigeant le rapport. Il s'agit d'un échange porteur de sens entre deux personnes, non seulement orienté sur le contenu, mais également sur la relation. Comme nous vous l'avons démontré précédemment, le vendeur va à la rencontre de son client, pour bien comprendre ses besoins en explorant son modèle du monde, avec la force des mots, mais aussi avec une attitude respectueuse et une écoute fidèle.

Ainsi, les compétences relevées chez nos sujets sont celles que nous retrouvons chez tout bon communicateur soit avoir un objectif, c'est-à-dire savoir quel résultat nous voulons obtenir dans une interaction et posséder les critères pour valider ce résultat sur une base de perceptions sensorielles. Une seconde compétence est de posséder une acuité sensorielle développée afin de pouvoir détecter les indices sensoriels nécessaires pour évaluer l'impact de ses interventions et valider les résultats de l'interaction. Finalement, être flexible ! Si ce que l'on fait fonctionne, en faire plus, mais si ce que l'on fait ne fonctionne pas, il faut faire autre chose ! Un vendeur efficace possède un large répertoire d'options et une grande flexibilité dans le but de les utiliser afin de s'adapter à chaque situation.

Le vendeur de profession est à l'écoute de son interlocuteur en observant et décodant finement les moindres détails de l'expression de son visage, de sa posture et de ses propos qui sont autant de signes de ses ressentis et pensées. Il communique son intérêt et son esprit de service d'abord et principalement par la synchronisation verbale et non verbale, qui traduit l'importance de développer une qualité de présence avec son interlocuteur pour entrer dans son modèle du monde et être au diapason avec lui.

Si pour certains ces habiletés constituent une seconde nature, pour d'autres elles se développent par l'apprentissage des techniques couramment utilisées en PNL, que vous découvrirez dans ce chapitre et le suivant. Les principes de base de la communication en PNL ne seront plus pour vous un secret et bonifieront votre savoir-faire dans une vente. Vous découvrirez comment créer le rapport avec votre client, et vous expérimenterez la synchronisation et la calibration. Deux postulats de PNL sont importants pour guider votre exploration.

On ne peut pas ne pas communiquer et le niveau inconscient de la communication est le plus important.

Ceci veut dire que l'on parle ou que l'on se taise notre comportement exprime un message qu'il faut apprendre à décoder, car comme vous le savez déjà, les émotions trahissent le fond de notre pensée et surtout cela se passe à un niveau inconscient qui ne peut se contrôler. Combien de fois nous avons vu grâce à la calibration un de nos clients dire oui avec sa bouche et faire inconsciemment un léger signe de « non » avec sa tête... Ou il nous affirme que telle situation le laissait de glace alors que la couleur de la peau de son visage a fortement rougi...

Dans les pages suivantes, nous vous proposons d'exercer vos talents de communicateur, de diversifiez votre approche, en adaptant votre comportement à l'attitude et à la carte du monde de votre client. Cette flexibilité vous permettra d'être sur la même longueur d'onde que votre client. C'est de cette façon que tout vendeur expérimenté établit le rapport avec son client et le maintient. Bref, vous découvrirez différents outils pour développer une dynamique transactionnelle et relationnelle favorable à l'atteinte de votre but.

Exercice : Le jeu d'équilibre des crayons

Pour illustrer différents principes de base du rapport sur le plan du non-verbal, nous vous proposons un petit jeu, un exercice tout simple que vous pouvez pratiquer à deux ou à plusieurs.

Instructions

1. Placez un crayon sur le bout de votre index droit et demandez à votre partenaire de se tenir face à vous et de tenir l'autre extrémité du crayon avec le bout de son index gauche.

2. Maintenez tous les deux le crayon sans le laisser tomber tout en exécutant de légers mouvements de va-et-vient, des cercles, en marchant dans la pièce et en changeant la position de vos corps en vous baissant et vous redressant.

3. Si vous induisez des mouvements, demandez à votre partenaire d'en faire autant (ou *vice versa*). Remarquez comment cela transforme l'exercice.

4. À présent, tout en maintenant le premier crayon entre vous deux, placez un deuxième crayon sur le bout de votre index gauche et demandez à votre partenaire de tenir l'autre extrémité du crayon avec le bout de son index droit.

5. Maintenez les deux crayons en place tout en exécutant de légers mouvements de va-et-vient, des cercles, en marchant dans la pièce.

6. Augmentez le degré de difficulté, demandez à une troisième personne de se joindre à votre jeu d'équilibre en ajoutant un crayon placé de la même façon et voyez comment l'apparition d'un troisième élément dans le système de rapport transforme l'exercice.

Ce jeu simple et amusant illustre la fragilité du rapport entre deux ou plusieurs personnes. Cet exercice demande de garder le contact (le rapport) en suivant tous les mouvements (la synchronisation) que le partenaire exécute en tout temps sinon le crayon tombe (le rapport est rompu).

Vous voulez entrer en contact avec votre client, alors savoir établir le rapport est une compétence importante à acquérir pour devenir un vendeur efficace. Le rapport est une condition essentielle dans le processus de vente, car il favorise un climat de confiance, de sécurité nécessaire à l'ouverture et la coopération entre deux personnes.

Ainsi, un vendeur pourrait s'exprimer avec retenue et courtoisie pour mettre à l'aise un client qui manifeste des signes de méfiance... Le rapport est obtenu principalement grâce à la synchronisation verbale et non verbale. Rappelez-vous qu'un climat de confiance se gagne. Il faut donc mettre toutes les chances de votre côté. *Prenez le temps d'être présent à votre client* et mettez de côté vos objectifs personnels de vente un court moment.

Soyez attentif à tout sujet abordé dans une rencontre, car il constitue un prétexte pour établir le rapport avec votre interlocuteur même si ce n'est pas immédiatement lié à la vente. En effet, l'important c'est l'écoute authentique du client à travers la découverte des besoins, la mise à jour d'un désir, d'un espoir et le partage d'un problème.

N'oubliez pas que l'être humain est foncièrement égoïste. Le sujet qui l'intéresse le plus est lui-même. Ne simulez pas cet intérêt, le client le sentira intuitivement. Cette approche favorisera la synchronisation

négative. Cette attention si elle est sincère est très flatteuse, et même si une vente n'est pas conclue sur-le-champ, soyez assuré que le client gardera une opinion favorable de vous.

La reformulation

La reformulation soutient concrètement l'écoute active. Reformuler veut dire fournir verbalement un *feed-back* au contenu du message de votre interlocuteur afin qu'il se sente compris, écouté. Il s'agit soit de reprendre un mot important ou une expression particulière, soit d'énoncer en résumé une partie du message, de façon fidèle au sens que lui accorde votre interlocuteur. Elle établit fortement le rapport et aide à le maintenir ou à le rétablir. Elle est de plus pour vous un excellent exercice de mémoire à court terme.

Par ailleurs, elle a aussi pour effet de ralentir l'interaction et permet de structurer et de découper l'expérience. Elle suscite aussi le *feed-back* du sujet et permet de limiter et de résumer un discours redondant. Elle peut aider votre interlocuteur à clarifier son discours.

En reformulant, vous utilisez les prédicats du système de représentation principal, vous reprenez les valeurs exprimées, les mots caractéristiques du client, et vous reproduisez l'intonation de sa voix ainsi que la gestuelle. Il importe de reformuler naturellement, en douceur et au moment opportun de façon à ne pas perturber un énoncé à forte charge émotive.

Exercice : Écouter et reformuler

Apprendre à écouter activement et à reformuler est une habileté qui demande de la pratique. Cet exercice vous aidera à aiguiser et à intégrer cette compétence.

Instructions

Posez une question à quelqu'un. Écoutez attentivement, comme si votre vie en dépendait. Puis au moment propice, lorsque votre interlocuteur fait une pause ou lorsqu'il vient de

finir de développer une idée, répétez sa réponse en la reformulant si elle est courte, ou en la résumant en une phrase si elle est plus longue. Ajoutez-y un sourire, ça marche !

Vous pouvez utiliser les formulations suivantes pour vous inspirer :

– alors...
– donc...
– autrement dit...
– si je comprends bien...
– si j'ai bien compris votre idée...
– si j'ai bien compris...
– vous me dites que...
– je vois ce que vous voulez dire...
– je sens où vous voulez en venir...

Au besoin, demandez des clarifications à votre interlocuteur si quelque partie que ce soit de son discours n'est pas claire pour vous : *« Ce que je ne saisis pas, c'est... »*. Ceci est une autre forme d'écoute active. Faites suivre sa réponse par une reformulation pour vérifier votre compréhension.

Astuce : Il ne s'agit ni de discuter ni de commenter le message de votre client. Ne le jugez pas et ne donnez pas votre avis. Pour être juste, il importe que vous reformuliez les propos de la personne brièvement et de façon naturelle, avec beaucoup d'intérêt et d'authenticité. Soyez attentif, curieux et sincèrement intéressé par l'humain devant vous. Le *feed-back* que vous en recevrez vous éblouira !

Tester et diriger le rapport

Pour tester le rapport avec l'autre, modifiez un paramètre dans votre attitude. Changez votre posture ou votre ton de voix, si la personne exécute le même changement le rapport est établi, sinon il est nécessaire de continuer la synchronisation. Conduire est un test pour vérifier que le rapport est bien établi.

Avant d'essayer de diriger une personne, il est préférable de s'assurer de l'effectif établissement d'un rapport. Or ceci peut être fait très discrètement

à un niveau non verbal en synchronisant le langage du corps avec la posture. Vous pouvez par exemple maintenir la synchronisation pendant cinq à dix minutes, puis une fois que le rapport est bien établi, changez votre posture et attendez de voir si votre interlocuteur réagit. Sa réponse pourrait être un bref déplacement afin d'analyser inconsciemment votre nouvelle posture ou un déplacement dans le but de réinstaurer l'équilibre. Ce que vous recherchez ici est une réponse conforme ou complémentaire de la part de l'autre personne. Il arrive parfois que certains individus optent de vous synchroniser de façon inverse à la vôtre. Par exemple, vous croisez les bras comme lui et il se les décroise presque immédiatement après. C'est aussi une réponse à votre test, spécialement si la personne répète ce *pattern* tout au long de l'entretien.

Chaque fois que vous vous rendez compte qu'une de vos techniques de rapport ne fonctionne pas, arrêtez et essayez autre chose. C'est pour cela qu'il est essentiel que vous maîtrisiez plusieurs techniques afin de posséder une grande variété de choix. N'effectuez pas de synchronisation sur certaines choses dont votre client a peut-être honte ou qui le gêne, comme un défaut de prononciation, un tic nerveux, etc. Il ne faut également pas imiter les accents ni tout autre maniérisme qui pourraient attirer l'attention sur ce que vous êtes en train de faire. Et comme nos modèles, en matière de croyances, ne soyez pas d'accord avec quelque chose violant vos valeurs. Avec toutes les techniques apprises ici, vous avez suffisamment de variété de choix pour établir le rapport de façon honnête avec vous-même et avec votre interlocuteur. Croyez-en l'expérience de nos modèles, ça rapporte !

Une fois que vous aurez établi le rapport avec votre interlocuteur, l'étape suivante consiste à diriger le rapport. Lorsque vous êtes en train d'interagir avec quelqu'un, vous êtes soit en train de synchroniser cette personne en lui reflétant discrètement son image, soit en train de mener le rapport en faisant quelque chose de différent de ce que fait votre interlocuteur.

Diriger la relation une fois que le rapport est établi devient alors d'une grande simplicité. Dirigez la conversation de façon à commencer le cadre objectif (voir le chapitre 6 de la deuxième partie) par exemple, tout en vous assurant de maintenir votre interlocuteur impliqué dans la conversation. Quelquefois, il n'est pas approprié de prendre rapidement les rennes de la conversation, assurez-vous d'avoir bien testé le rapport et que votre

vis-à-vis est bien confortable avec vous. Chaque situation dictera une approche précise. Soyez flexible.

Selon ce que nous ont dit les commerciaux modélisés pour ce livre, briser le rapport est une technique très efficace au moment de la signature de l'entente ou du contact. Ils brisent la synchronisation en reprenant leur posture d'excellence et s'ils sont assis, s'adossent à leur siège de façon à ce que leur corps ait un angle qui s'éloigne de l'acheteur. Ils laissent alors celui-ci lire le document plutôt que de les regarder et tenter de maintenir la conversation à tout prix. Cela leur permet de garantir la relation à long terme si le client se met à avoir des regrets.

Points à retenir

Voici venu le temps d'intégrer ces diverses techniques dans votre quotidien.

Pour vous entraîner à la synchronisation dans le quotidien, vous pourriez choisir de vous exercer à partir d'un ou plusieurs éléments. Ce processus s'effectue en une fraction de seconde avant de refléter l'élément choisi.

Ainsi, si vous optez pour les prédicats verbaux, vous pourriez vous synchroniser sur :

1. le contenu, repérer le genre d'expression utilisée, et reformuler les idées importantes ;

2. les tournures de phrases et construire les vôtres sur le même modèle ;

3. la forme du discours en utilisant les mots (verbes, adverbes, adjectifs) du système sensoriel privilégié de votre interlocuteur. Votre interlocuteur s'exprime-t-il en utilisant des prédicats visuels (ex. : je vois, c'est clair), auditifs (ça me parle, votre offre) ou plutôt kinesthésiques (je suis coincé, je ne peux pas aller de l'avant) ?

4. le ton de la voix, les inflexions et le débit de discours.

Si vous décidez de vous exercer sur les paramètres non verbaux, observez finement les comportements et l'attitude de l'interlocuteur. Différentes options s'offrent à vous pour la synchronisation non verbale. Vous pouvez vous synchroniser sur :

1. la posture, en ajustant la vôtre sur celle de votre interlocuteur ;

2. les gestes en reproduisant certains avec discrétion ;

3. les mouvements répétitifs, comme cligner des paupières, remuer un pied selon un rythme ;

4. la respiration, en ajustant votre souffle sur celui de votre interlocuteur ;

5. les caractéristiques vocales en reproduisant la tonalité, le rythme, le timbre de la voix.

Exercez-vous en présence d'amis, puis d'un client dont la loyauté vous est déjà acquise et vous ferez certainement des découvertes intéressantes qui enrichiront vos moyens de créer le rapport, et surtout de le maintenir sur le plan inconscient. Bonne chance !

De parcours très différents et ayant chacun vécu des situations variées enrichissantes, exerçant des activités bien distinctes, **Catherine AYMARD et Jean LAPLANTE** se retrouvent néanmoins sur le thème de la programmation neuro-linguistique (PNL) dans ce qu'elle offre comme chemin vers le développement personnel.

Catherine AYMARD est psychologue en milieu scolaire depuis 20 ans. Guidée par le souci constant d'aider les élèves en difficulté, c'est naturellement que Catherine s'est orientée vers la PNL pour y puiser les techniques et méthodes lui permettant d'accompagner les jeunes vers leur réussite scolaire.

Jean LAPLANTE est aujourd'hui analyste et coach de vie et d'affaire. Autodidacte à la curiosité sans bornes, fort d'expériences très variées dans la vente, l'enseignement de la musique, ou encore dans le domaine informatique, Jean n'a de cesse de transmettre une idée simple : il est facile de changer, de grandir et de réussir dans une vision humaniste du monde.

Ils sont tous les deux certifiés en PNL ; Catherine est maître-praticienne et Jean est post-maître.

Contact : info@coachingpnl.ca
www.coachingpnl.ca